

ДЖЕРЕЛА ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ ПІДПРИЄМЦІВ

Вертегел С.Я.

Таврійський державний агротехнологічний університет

Найбільш важливим елементом продуктивних сил і головним джерелом розвитку економіки є люди (трудовий потенціал), їх майстерність та мотивація до господарської діяльності.

Виділяють джерела зовнішнього та внутрішнього набору персоналу. У кожній конкретній ситуації зовнішній чи внутрішній набір має свої переваги чи недоліки. Більшість підприємців надають перевагу внутрішньому набору, оскільки зменшуються затрати на адаптацію працівників, підвищується їхня зацікавленість до ефективної праці, покращується моральний клімат і підвищується відданість працівників підприємству. Недолік – обмежується приплив нових людей з власними поглядами, навиками і досвідом роботи, а також ризики виникнення напруги або нездорового суперництва в колективі при вирішенні службових справ.

Зовнішній набір репрезентує широкі можливості вибору, дає нові імпульси розвитку організації, фахівці не відриваються від своїх основних ділянок роботи. Разом з тим, зовнішній набір – це більш високі витрати на залучення персоналу, професійну і соціальну адаптацію працівників.

Більшість спеціалістів схилиються до того, що для успішної організації пошуку кандидатів потрібно керуватися двома основними правилами:

- а) починати пошук кандидатів в своїй організації;
- б) застосовувати не менше двох методів при залученні кандидатів зі сторони.

Форми залучення робочої сили досить різноманітні, але всі передбачають, що

- кожен претендент повинен одержати об'єктивну і повну інформацію щодо вакантного робочого місця, із зазначенням посади, рівня оплати і умов праці;

- характеристика претендента має включати перелік даних відповідно до встановлених вимог: рівень освіти, досвід роботи, «мінімальний вік», особисті якості.

Форми залучення робочої сили відрізняються залежно від категорії персоналу.

Співробітництво з державними службами зайнятості та приватними агенціями. Велику допомогу в наборі кадрів можуть надавати служби зайнятості, як державні так і приватні, що займаються добором кадрів на договірній основі. Переваги цього шляху:

- поповнення кадрів спеціалістами своєї справи, що володіють необхідною методикою;

- підбір з великого числа осіб (у картотеці до десяти тис. прізвищ);

- можливість вирішити проблему набору шляхом добору кандидатури зі сторони без реклами вакансії, що з'явилася.

Підбір через спеціалізовані фірми. Претендентів на посаду керівників або спеціалістів рідкісних професій набирають через спеціалізовані агенції кадрового консалтингу, які використовують власні банки даних про претендентів на конкретну посаду, свої фахові зв'язки, включаючи переманювання працівників з інших підприємств та організацій.

Серед такого роду фірм з працевлаштування є фірми державні (їх значно менше) і приватні, де зайняті кваліфіковані спеціалісти, підібрані пакети програм з оцінки працівників, сформовані картотеки бажаючих знайти роботу з того чи іншого профілю (як в країні, так за її межами).

Укладання контрактів із навчальними закладами. Є одним із основних форм залучення спеціалістів і кваліфікованих робітників. Часто такі замовлення є персональними, тобто робляться на конкретних випускників, уважно відібраних кадровими службами підприємства з пропозиціями проведення необхідних змін у їхній підготовці відповідно до специфіки майбутньої праці.

Співпраця з вузівськими відділами працевлаштування. Провідні підприємства часто співпрацюють з вузівськими відділами працевлаштування, які мають зв'язки із регіональною службою зайнятості свої банки даних про випускників і потреби в кадрах.

Оголошення в ЗМІ. Для набору виробничого персоналу, керівників нижчої та середньої ланок управління можливе розміщення оголошень у засобах масової інформації з наступним відбором відповідного претендента як самим підприємством, так і за допомогою консультантів з центрів кадрового консалтингу, оголошення у пресі та в спеціалізованих періодичних виданнях. Також розміщення інформації через радіо, телебачення, мережу Інтернет, розклеювання оголошень на рекламні стенди міськдовідки, розповсюдження листівок (флаєрів) в місцях, де збирається багато громадян, розміщення оголошень на бігбордах, транспортних засобах, світлових табло тощо.

Велике значення при цьому має пропаганда переваг підприємства:

- у виробничій сфері (умови праці, рівень заробітної праці);
- у соціальній сфері (можливості професійного просування).